

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hadi, Siti Zinnurrahmatin, K. (2022). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Upaya Jumlah Peserta Didik di SMA NW Suralaga. *Kependidikan Dan Pemikiran Islam*, 1(4), 610–629.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Syakir Media Press.
- Agma, A. S. (2022). *Penilaian Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini di Raudhlatul Athfal Az-Zahra Air Hitam Lampung Barat*.
- Agustiarman, Iskandar, & Alwi, S. (2023). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Smp It Az Zahra Kabupaten Aceh Tengah. *MATAAZIR: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 4(2), 91–103.
- Aliyati, A. (2022). Strategi Pemasaran Madrasah Tsanawiyah Babul Hikmah Kedaton Kalianda Lampung Selatan. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan Islam*, 5(2), 13–19.
- Amalia, Arimudin, M. Y., & Samsurrijal, A. (2022). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kepercayaan Stakeholder di SMP Al-Hadad Kedungjambe Singgahan Tuban. *Jurnal Kajian Islam Al Kamal*, 2(2).
- Amin, A., & Alinur, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Peningkatan Kualitas Sekolah di Mts Annurain Lonrae. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 12(2), 96–107.  
<https://doi.org/10.30863/ajmpi.v12i2.2779>
- Bafadhol, I. (2017). Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam*, 06(11).  
<https://et.dovemedicalclinic.com/pri-ostrom-cistite.html>
- Bening, T. P., & Munastiwi, E. (2022). Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PAUD Berbasis

- Pesantren. *Jurnal Dunia Anak Usia Dini*, 4(2), 466–480.
- Deniyati, N. (2017). Manajemen Rekrutmen Peserta Didik. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 2(2), 33–38.  
<https://doi.org/10.15575/isema.v2i2.5189>
- Dian, Rosbiah, I., & Prayoga, A. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah Aliyah Miftahurroja Lebakmuncang Ciwidey. *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.29062/dirasah.v3i1.73>
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital*. IPB Pers.
- Fradito, A., Suti'ah, S., & Mulyadi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12–22. <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>
- Kurniawan, A. (2018). Metodologi Penelitian Pendidikan. 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 4, pp. 1–7). PT Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, A., & Af'idah, I. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Pesantren Al-Kahfi Somalangu Kebumen. *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan ...*, 01(01), 12–19.
- Kurniawan, A., & Andrian, N. (2016). Pemasaran Jasa Pendidikan pada Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia. *Journal of Management in Education ( JMIE )*, 2(1), 10–19.
- Kurniawan, A., Hurriyati, R., Mulyana, H., & Widjajanta, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 69–82.
- Kurniawan, A., Nuratillah, D. A., & Munawaroh, M. (2022). Manajemen Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Islamic Center Cirebon dalam Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik. *Holistik : Journal For Islamic Social Sciences*, 6(1), 12–23.  
<https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/holistik/article/view/8352>

- Maulana, S., Ibrahim, T., & Khoeruddin, H. (2022). Pemasaran Madrasah Hubungannya dengan Jumlah Peserta Didik Baru. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 7(1), 13–24.  
<https://doi.org/10.15575/isema.v7i1.13773>
- Meha, Y., Anisah, Ulfiyah, N., & Permai, S. (2023). Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di SDN 060816. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 3. <https://doi.org/10.47467>
- Murdiyanto. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penulisan Kualitatif) In Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (Pertama)*. Yogyakarta Press.
- Nurizzati, Y., & Andini, W. (2019). *Pedoman Penulisan Skripsi dan Tesis*.
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis Parigi Pangandaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 120–128. <https://doi.org/10.19105/re-jiem.v3i2.3908>
- P. Ramadina, B. T. (2021). Strategi Marketing Pendidikan. *Jurnal Penelitian Kelas Dan Pengembangan Pembelajaran*, 4(1), 367–367.
- Pemerintah RI. (2003). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003*.
- Pribadi, B. A. (2017). *Media dan Teknologi dalam Pembelajaran* (1st ed.). PT Balebat Dedikasi Prima.
- Pristiwanti, D., Badriah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4. <https://doi.org/79117915>
- Purnamasari, Y., Setyadji, V., & Ashfahani, S. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Membangun Brand Image pada Sekolah Aluna Montessori Jakarta*. 12(1).
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Global Komunika*, 1(1).
- Rahmansyah, A. R. F., & Manshur, A. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran



Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Muadlamah Ulya Al Amriyyah. *Manajemen Pendidikan Islam*.

Ramadina, P. S., & Taufik. (2021). Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial di Sekolah. *Manajemen Pendidikan Islam*, 4(3).  
<https://doi.org/10.31604>

Rifa'i, A. A. (2019). *Pengantar Penelitian Pendidikan*. PPs IAIN Babel.

Rismita, & Istaryatiningtias. (2023). Pengelolaan Pemasaran Social yang diterapkan Optimalisasi Kualitas Pendidikan. *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, 12 no. 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036>

Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). KBM Indonesia.

Saihu, S. (2020). Pendidikan Sosial Yang Terkandung .... *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(01), 127–148.  
<http://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/703>

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.); 1st ed.). CV Sah Media.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian R&D*. Alfabeta.

Sukarna. (2024). Strategi Promosi melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Siswa SMP Fajrul Islam dalam Perspektif Islam. *Journal of Basic Educational Studies*, 2(1), 476–483. <https://doi.org/47467>

Syukur, F. (2021). Model Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Studi Pada SD Nasima Semarang. *Jurnal Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi* 7, 1–14.

Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *Jurnal Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, IX(20).